



Proyecto de Innovación  
(Innova-GestiónCalidad)

Convocatoria 2016/2017

Nº de proyecto: **80**

Título del proyecto:  
**Seguimiento de estudiantes egresados de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas.**

Nombre del responsable del proyecto:  
**Carmen Pérez de Armiñán García- Fresca**

Centro:  
**Facultad de Ciencias de la Información**

## 1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El objetivo general de este proyecto ha sido diseñar un sistema de seguimiento de los estudiantes egresados de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Esta Facultad se caracteriza por su elevada demanda y por el altísimo número de estudiantes que cada año cursan sus titulaciones, ya que cada curso académico ingresan 700 nuevos estudiantes en el Grado de Periodismo y 300 en cada uno de los Grados de Comunicación Audiovisual y de Publicidad y Relaciones Públicas. En estas cifras tan altas radica la principal dificultad para acceder y llevar a cabo el seguimiento del gran número de estudiantes y, además, la casuística que se presenta es amplísima.

Por lo tanto, se ha tratado de disponer de un sistema interno de reforzamiento de la calidad que incluyera mecanismos para recoger información interna y externa acerca de la situación de los egresados y de las actividades que la Facultad desarrolla en este sentido, en aras de una mejora continua. Para ello se ha tenido en cuenta, por una parte, la tasa de estudiantes que continúan estudios de postgrado y, por otra, la inserción laboral de los egresados.

La finalidad del proyecto ha sido diseñar un sistema de seguimiento de los egresados que fuera lo suficientemente flexible para, a partir de correcciones sucesivas, ajustar sus indicadores a la realidad de los datos y, a partir de la experiencia adquirida, introducir las correcciones que en cada caso fuesen necesarias.

La Facultad cuenta hasta el momento con una Comisión de Calidad cuyos trabajos se han centrado principalmente en la puesta en marcha del Sistema de Garantía Interna de Calidad, además de la redacción de los informes de las memorias de seguimiento realizadas desde el año 2014, con resultados positivos.

En este momento se hace imprescindible comenzar a dar los pasos necesarios para desarrollar completamente un SGIC de nuestra Facultad que garantice una implantación satisfactoria de las titulaciones y que sus resultados guarden coherencia con los compromisos adquiridos en la verificación atendiendo al cumplimiento de los criterios de calidad exigibles.

La Facultad es consciente de las dificultades inherentes a un Centro que cuenta con 6.900 estudiantes (cantidad superior a la de algunas universidades) y en el que se parte de una situación que carece de precedentes. En consecuencia, comenzamos de un punto cero.

El objetivo de este proyecto ha sido doble. Por una parte se ha buscado obtener datos que permitiesen hacer un diagnóstico de la situación y por otra, dotarse de herramientas para valorar a lo largo del tiempo la evolución de las tasas de inserción laboral y formación de postgrado.

Este objetivo general se ha especificado en los siguientes **objetivos concretos**:

- 1) Se ha diseñado un sistema piloto que ha permitido conocer la tasa de egresados que continúa una formación de postgrado en cada una de las tres titulaciones de Grado que se imparten en la Facultad (Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas).

- 2) Se ha podido constatar cuáles son los estudios preferentemente elegidos por los egresados, qué tipo de Máster o Postgrado alternativo eligen y si dichos estudios son cursados también en la misma Facultad y en la misma Universidad.
- 3) Los datos obtenidos han permitido conocer la tasa de inserción laboral de los egresados de las tres titulaciones.
- 4) También se ha diseñado un sistema piloto que ha permitido conocer la valoración de los empleadores así como las expectativas que albergan respecto a nuestros egresados.

## 2. Objetivos alcanzados

Como se ha señalado, el objetivo general de este proyecto ha sido diseñar un sistema de seguimiento de los estudiantes egresados de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información. Se trataba de disponer de un sistema interno de reforzamiento de la calidad, que incluyese mecanismos para recoger información interna y externa acerca de la situación de los egresados y de las actividades que la Facultad desarrolla en este sentido, en aras de una mejora continua.

### Respecto a los objetivos concretos:

- 1) Conocer la tasa de egresados que continúa una formación de postgrado en las titulaciones de Grado que se imparten en la Facultad (Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas).

**De los 522 estudiantes encuestados, 164 cursan estudios de postgrado, lo que supone el 31,42% del total** (para conocer más detalles, ver Anexo nº 3).

- 2) Conocer cuáles son los estudios preferentemente elegidos por los egresados y si dichos estudios son cursados también en la misma Facultad (y en la misma Universidad).

Estudiantes que cursan estudios de postgrado	164	%
Cursan un máster en otra Universidad	100	61.
Cursan un máster en otra Facultad de la UCM	19	11,6
Cursan un máster en la Fac. de CC. de la Información	37	22,6
Doctorado	8	4,8

- 3) Se han obtenido los datos que se buscaban a propósito de la tasa de inserción laboral de los egresados de las titulaciones de la Facultad:

- Exclusivamente estudio o preparo oposiciones: 115
- Estudio y además tengo trabajo remunerado: 97
- Solamente trabajo de forma remunerada: 216
- Ninguna de las anteriores: 94

**Esto supone que tres de cada cinco egresados (60%) trabaja en este momento, y algo más de dos de cada cinco lo hacen como ocupación exclusiva (41,4%).**

- 4) Respecto a si el puesto laboral ocupado actualmente se corresponde con su nivel de formación:
- Con tu nivel académico (Grado): 53,%
- Con tu nivel académico (Máster): 14,7%
- Con tu nivel académico (Doctorado): 0,6%
- Con estudios universitarios de nivel inferior a los que posees: 5,4%
- Con estudios no universitarios de grado medio: 10,9%
- Con estudios no universitarios de grado inferior a los anteriores: 15,3%

**De todos los egresados que en este momento están trabajando (313), el 68,3% ocupa un puesto laboral que se corresponde con su cualificación académica.**

Para consultar más datos a propósito del tipo de contrato, el tipo de empresa/institución en la que están contratados, el tiempo transcurrido hasta encontrar empleo y su grado de satisfacción al respecto, ver Anexo nº 3.

- 5) A partir de una encuesta a empleadores ha sido posible conocer su valoración a propósito de las expectativas que albergan respecto a los egresados de la Facultad.

Respecto a las **competencias** más valoradas en los egresados destacan: redacción y ortografía, competencias digitales/nuevas tecnologías (redes sociales, social media) y competencias sociales, por este orden. También se mencionan los idiomas, en concreto el inglés, y la cultura general así como conocimientos de actualidad. En menor medida se valora el manejo diario y técnico de herramientas de producción de imágenes.

Respecto a las **habilidades sociales** más valoradas aparece en primer lugar, el trabajo en equipo, la cooperación entre trabajadores, la capacidad de colaborar de manera efectiva con sus compañeros para realizar de manera más eficaz tareas que requieren interacción; y con relación a ello, se aprecia la madurez, el liderazgo, la capacidad de comunicación, la humildad y la organización. En segundo lugar, destaca la capacidad de adaptación, a los puestos y tareas que se les asignan y al entorno de trabajo y a la filosofía de la empresa. En tercer lugar, aparece la creatividad y la iniciativa; con menor peso la responsabilidad y el compromiso.

Sobre los **puntos fuertes de la formación** de los titulados sobresalen las competencias sociales, los conocimientos concretos y la cultura, la capacidad para redactar y la ortografía y las capacidades técnicas. También se destaca el conocimiento de idiomas con especial mención al inglés, y en menor medida, aquellos que han tenido una formación práctica previa

Sobre los **puntos débiles** de los egresados se señala la falta de prácticas previas, la redacción, la capacidad de síntesis y ortografía y las competencias sociales. En segundo lugar se menciona el desconocimiento de idiomas, específicamente inglés a nivel profesional. Por último, se señala falta de conocimiento del medio profesional, competencias digitales y cultura general/conocimiento de la actualidad.

Para consultar más detalles, ver Anexo nº 4.

### 3. Metodología empleada en el proyecto

La metodología que se ha seguido en la realización de este proyecto responde a la idea nuclear del mismo: hacer un seguimiento de los egresados a fin de conocer las tasas de inserción laboral y la formación de postgrado a la que acceden los egresados, si ese fuese el caso.

El proyecto contempla dos ejes sobre los que se ha basado el trabajo realizado. Por una parte generar datos que permitan conocer la situación de los egresados después de finalizar sus estudios y por otra conocer las expectativas y valoraciones de los empleadores respecto a los egresados.

La metodología que se ha seguido ha sido tanto cuantitativa como cualitativa a fin de obtener: 1) los datos concretos que permitan un acercamiento más preciso a la realidad; 2) las valoraciones a propósito de las competencias generales adquiridas desde la experiencia profesional.

#### **Técnicas empleadas:**

1) Cuestionario a los egresados. Se elaboró un cuestionario de 20 preguntas para los recién egresados y se les hizo llegar gracias a los datos proporcionados por la Secretaría de la Facultad. (Ver Anexo nº 1)

2) Entrevistas a empleadores. Se realizaron entrevistas presenciales así como un cuestionario de 7 preguntas a los empleadores a fin de recabar sus opiniones y valoraciones a propósito de las competencias adquiridas y oportunidades de mejora. (Ver Anexo nº 2)

Tanto el cuestionario aplicado a egresados, como el de empleadores, se distribuyeron en línea y telefónicamente debido al escaso coste, la versatilidad y la rapidez, a pesar de las desventajas que pudiese tener realizar una encuesta on line. Además, el hecho de realizar la encuesta en la red y no de forma presencial, ha permitido tener una amplia cobertura del territorio español y poder distribuirla entre empleadores y egresados de diferentes comunidades autónomas

Por otro lado, al ser eliminada la figura física y presencial del encuestador, se percibe una mayor garantía de anonimato, que ayuda a los entrevistados a expresarse de forma más sincera. Esto es importante, sobre todo en aquellas preguntas relacionadas con la calidad de los planes de estudios y la formación adquirida en la facultad.

Además, gracias al uso de herramientas on line –*Google Forms*– se ha podido recoger el tiempo empleado en la respuesta de cada cuestionario lo que ha permitido tomar como válidas aquellas que tardaron más de 3 minutos en realizarse y desechar las de un tiempo inferior, debido a la imposibilidad de contestar concienzudamente a las preguntas en ese tiempo. También se ha restringido la posibilidad de contestar más de una encuesta por un mismo usuario a través de la identificación de su dirección IP.

El contenido de las entrevistas a los empleadores ha proporcionado una visión de la profesión desde la experiencia laboral y un conjunto de ítems que han podido ser estructurados a fin de detectar carencias y debilidades, así como las fortalezas, en la formación recibida y en las competencias adquiridas.

#### 4. Recursos humanos

El Proyecto ha contado con los siguientes componentes:

- **Carmen Pérez de Armiñán García-Fresca:** PDI. Sección Departamental Economía Aplicada IV. Facultad de Ciencias de la Información. Decana de la Facultad de Ciencias de la Información. Gestión y Memoria del Proyecto.
- **Jorge Clemente Mediavilla:** PDI. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Facultad de Ciencias de la Información. Vicedecano de Calidad e Infraestructuras. Gestor y responsable de contenidos del proyecto; captación de recursos humanos y materiales; distribución de tareas y recursos. Elaboración de cuestionarios. Análisis de resultados.
- **Angel Rubio Moraga:** PDI. Departamento de Historia de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Información. Coordinador del Grado de Periodismo. Análisis de las condiciones de viabilidad del proyecto. Obtención de datos de empleadores de los estudiantes de Ciencias de la Información. Elaboración y redacción de conclusiones.
- **Dolores Cáceres Zapatero:** PDI. Sección Departamental de Sociología IV. Facultad de Ciencias de la Información. Desarrollo de la metodología de trabajo. Elaboración de cuestionarios. Análisis de datos y redacción de conclusiones.
- **Elena Real Rodríguez:** PDI. Departamento de Periodismo III. Facultad de Ciencias de la Información. Elaboración de cuestionarios. Análisis de resultados.
- **Ananda Martínez Álvarez:** PAS. Gerente. Facultad de Ciencias de la Información. Gestión de recursos materiales para la realización de encuestas y trabajo de campo. Datos de los estudiantes encuestados. Elaboración de cuestionarios. Gestión del Presupuesto.
- **Jennifer García Carrizo:** Estudiante de Doctorado. Facultad de Ciencias de la Información. Realización de las encuestas on-line, telefónicas y presenciales a estudiantes y empleadores. Tabulación de resultados y elaboración de estadísticas con los resultados obtenidos.
- **Antonio Alhama Riego:** Estudiante de doctorado. Facultad de Ciencias de la Información. Realización de las encuestas on-line, telefónicas y presenciales a estudiantes y empleadores. Tabulación de resultados y elaboración de estadísticas con los resultados obtenidos.

## **5. Desarrollo de las actividades**

### **Seguimiento de estudiantes egresados de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas.**

Tal y como se planteaba en el plan de trabajo del presente proyecto de innovación, durante el período de ejecución del mismo se ha realizado un seguimiento de los egresados de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información con el fin de conocer las tasas de inserción laboral y la formación de postgrado a la que acceden los egresados. Para ello, y siguiendo siempre el cronograma propuesto, el equipo integrante del proyecto se reunió de forma periódica (una vez al mes) desde la aprobación de la propuesta con el fin de ir cubriendo las etapas marcadas en la misma.

La primera sesión de trabajo para coordinar las diferentes tareas asignadas tuvo lugar en el mes de julio de 2016 y en ella se marcaron los plazos a cumplir. Así, en la reunión que tuvo lugar en el mes de septiembre de 2016, se recogieron, a través del Servicio de Secretaría de Alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información, todos los datos (Nombre y apellidos, titulación, año de egreso y datos de contacto) de los egresados de las tres titulaciones del centro. Los datos obtenidos fueron estructurados para la posterior realización de un cuestionario, cuyo contenido se elaboró durante las sesiones de trabajo de los meses de noviembre y diciembre de 2016.

Tras las sucesivas correcciones aplicadas al borrador inicial del cuestionario, se realizó una prueba piloto del mismo en el mes de diciembre de 2016 y, una vez realizados los cambios pertinentes y corregidos los errores detectados, se implementó el cuestionario a través del servicio online de Google Formularios en la URL <https://goo.gl/6NWCp8>. Durante el período en el que estuvo abierto el cuestionario (meses de diciembre de 2016 a febrero de 2017) se recogieron las respuestas de un total de 522 participantes.

Los datos obtenidos fueron presentados en la sesión de trabajo del mes de febrero y fueron procesados tanto cuantitativa como cualitativamente con el fin de obtener una información precisa que permitiera un acercamiento concreto a la realidad de los egresados del centro y que posibilitara la realización de valoraciones sobre las competencias generales adquiridas por dichos egresados desde la experiencia profesional.

Un análisis complementario de esos datos nos permitió descubrir la tendencia de una parte importante de esos egresados (163 de los 522 participantes) que habían decidido continuar su formación a través de diferentes cursos de posgrado y especialización.

En la misma sesión del mes de febrero de 2017 se empezó a preparar el cuestionario-entrevista que se realizaría a los responsables de Recursos Humanos de las empresas e instituciones empleadoras con el fin de recabar sus opiniones y valoraciones a propósito de las competencias adquiridas por los egresados y las posibles oportunidades de mejora. Para ello, en una primera fase, se procedió a la



recopilación de datos del personal responsable de contratación en todas aquellas empresas con convenio de prácticas con la Facultad de Ciencias de la Información. A través de los servicios ofrecidos por la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) de la Universidad Complutense de Madrid (anteriormente COIE), se habilitó el acceso al Servicio de Gestión Informática de Prácticas y Empleo (GIPE) para recabar los datos de empresas y tutores de prácticas. Como resultado de la extracción de información se elaboraron tres listados (uno por titulación) con un total de 308 perfiles de empleadores.

Al igual que ocurrió con el cuestionario dirigido a los egresados, la entrevista a medios e instituciones se fue modificando en las sucesivas reuniones del equipo de trabajo y, una vez finalizada, se realizó una prueba piloto con algunos de los empleadores. Esta prueba permitió realizar algunos cambios en el cuestionario definitivo, el cual finalmente se implementó durante los meses de marzo y abril de 2017 y se realizó tanto a través de la red, a través del servicio online de Google Formularios en la URL <https://goo.gl/o0GxBC>, como por vía telefónica. Por ambas vías, y durante un período de un mes, se consiguieron un total de 102 respuestas válidas que fueron presentadas en la sesión de trabajo del 24 de abril de 2017.

Los resultados obtenidos a través de este segundo cuestionario fueron tabulados y analizados tanto cuantitativa como cualitativamente durante los meses de abril y mayo de 2017 y se presentaron los principales resultados en la sesión de trabajo del 17 de mayo.

El cruce de los datos obtenidos en las encuestas a los egresados y los resultados de las entrevistas a los empleadores permitió ya, en esa misma reunión, detectar algunas de las posibilidades de mejora en los grados impartidos en el Centro, si bien la elaboración de esas propuestas y su puesta en práctica se llevarán a cabo en una segunda fase posterior a la presentación de la memoria del proyecto de innovación.

Los resultados del análisis de ambos procesos están recogidos en los anexos que acompañan este informe del proyecto. La elaboración de este último fue acometida por todos y cada uno de los integrantes del equipo de trabajo durante los meses de mayo y junio de 2017 y su presentación definitiva tuvo lugar en la sesión celebrada el 15 de junio.

Por su parte, la metodología y el plan de trabajo realizado, además de los resultados analizados en su correspondiente apartado, han puesto de manifiesto que el proyecto, tal y como se planteaba en la propuesta inicial, no sólo era viable, sino que su transferencia a otros estudios es igualmente posible. Desde el punto de vista de la viabilidad, se ha dado respuesta a una necesidad real del Centro y se ha conseguido un diagnóstico preciso de la situación de los egresados de las tres titulaciones que podrá ser objeto de un seguimiento continuado. Para ello se ha contado con un equipo integrado por el personal adecuado tanto por su número como por su alta cualificación y especialización en cada uno de los puntos y tareas acometidas en el plan de trabajo.

## 6. Anexos

### ANEXO Nº 1

#### **CUESTIONARIO PARA EGRESADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN (UCM)**

- 1. Edad**
- 2. Género**
  - a) Hombre.
  - b) Mujer.
  - c) Otro / no sabe / no contesta.
- 3. ¿Qué grado has estudiado?**
  - a) Periodismo.
  - b) Comunicación audiovisual.
  - c) Publicidad y relaciones públicas.
- 4. ¿Trabajaste mientras estudiabas el Grado?**
  - a) Sí, esporádicamente.
  - b) Sí, habitualmente.
  - c) No.
- 5. ¿Cuál es tu ocupación principal actualmente?**
  - a) Exclusivamente estudio o preparo oposiciones.
  - b) Estudio y además tengo trabajo remunerado.
  - c) Solamente trabajo de forma remunerada.
  - d) Ninguna de las anteriores.
- 6. ¿Qué tipo de estudios realizas actualmente?**
  - a) Formación profesional.
  - b) Grado en CCINF-UCM.
  - c) Grado en otra facultad de la UCM.
  - d) Grado en otra universidad.
  - e) Máster en la Fac. CCINF UCM.
  - f) Máster en otra facultad de la UCM.
  - g) Máster en otra universidad.
  - h) Doctorado en la Fac. CCINF UCM.
  - i) Doctorado en otra facultad de la UCM.
  - j) Doctorado en otra Universidad.
- 7. ¿Tu empleo actual es?**
  - A tiempo completo.
  - A tiempo parcial.
  - No trabajo, exclusivamente estudio.
- 8. ¿Y el tipo de contrato es?**
  - a) Indefinido.

- b) Interino (sector público).
- c) Temporal.
- d) En prácticas o becario.
- e) Autónomo.
- f) Sin contrato.

**9. ¿En qué tipo de empresa trabajas hoy?**

- a) Sector público.
- b) Empresa privada.
- c) Autónomo o socio de pequeña empresa.
- d) ONG, Entidad sin ánimo de lucro.

**10. Tu puesto actual se corresponde:**

- a) Con tu nivel académico (Grado)
- b) Con tu nivel académico (Máster)
- c) Con tu nivel académico (Doctorado)
- d) Con estudios universitarios de nivel inferior a los que posees.
- e) Con estudios no universitarios de grado medio.
- f) Con estudios no universitarios de grado inferior a los anteriores.

**11. Valora el grado de satisfacción que tienes con tu actividad actual del 1 al 10, donde el 1 implica la mínima satisfacción y el 10 la máxima.**

**12. Respecto del trabajo o actividad que realizas actualmente, valora de 1 a 10 su relación con los estudios realizados, donde 1 implica la relación mínima y 10 la máxima.**

**13. ¿Cuánto tiempo en meses transcurrió desde que finalizaste los estudios y comenzaste a buscar trabajo? Si no buscaste trabajo porque ya trabajabas, o continuaste estudiando, deja esta pregunta en blanco y continúa con la siguiente.**

**14. Si la búsqueda del trabajo no fue inmediata, señala el motivo. Si en la respuesta anterior señalaste 0, pasa a la siguiente pregunta.**

- a) Continué estudiando.
- b) Motivos personales.
- c) No me sentía suficientemente preparado.
- d) Otro.

**15. ¿Cuánto tiempo, en meses, tardaste en encontrar empleo desde que comenzaste a buscarlo?**

**16. ¿Cuántos empleos has tenido desde que finalizaste tus estudios hasta la actualidad, incluido el actual?**

**17. En relación con la inserción laboral, ¿cómo valoras los estudios realizados en la Facultad?**

- a) Fueron necesarios para mi inserción en el mercado laboral.
- b) Me facilitaron bastante la inserción en el mercado laboral.

- c) Me facilitaron la inserción laboral, aunque necesité formación complementaria.
- d) Me han servido poco o nada para insertarme en el mercado laboral.

**18. ¿Realizaste prácticas durante tus estudios de Grado?**

- a) Sí.
- b) No.

**19. Conseguiste las prácticas a través de:**

- a) La Oficina de Prácticas y Empleo (COIE).
- b) La Fundación General de la UCM.
- c) La Facultad de Ciencias de la Información.
- d) Mis propios medios.

**20. ¿Conseguiste empleo a través de ellas?**

- a) Sí, en esa empresa.
- b) Sí, en una empresa relacionada.
- c) No.

**ANEXO Nº 2**

**CUESTIONARIO ENTREVISTA A EMPLEADORES**

**1. Su empresa contrata principalmente personas que hayan finalizado:**

- a) Grado.
- b) Grado y máster.
- c) Grado, máster y doctorado.
- d) Sin finalizar estudios de grado.

**2. Generalmente, su empresa contrata personas que:**

- a) Han llevado a cabo prácticas externas durante sus estudios.
- b) Han llevado a cabo prácticas externas en su empresa durante sus estudios.
- c) No es necesario que hayan llevado a cabo prácticas externas durante sus estudios.

**3. ¿Qué idioma/s valora? Esta pregunta es multirespuesta, puede seleccionar todas aquellas opciones que considere.**

- d) Inglés.
- e) Alemán.
- f) Francés.
- g) Ninguno.
- h) Otro: \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué competencias valora más en la formación de las personas que emplea su empresa?**

**5. ¿Qué habilidades sociales valora más en los titulados que contrata su**

empresa? (por ejemplo: capacidad de liderazgo, de trabajo en equipo, creatividad, capacidad de adaptación, habilidades negociadoras...)

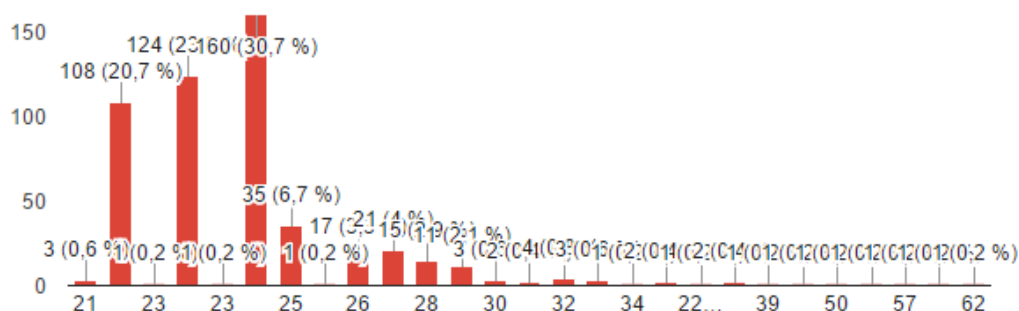
6. ¿Cuáles son los puntos fuertes de la formación de los titulados que contrata su empresa?

7. ¿Qué carencias detecta en la formación de los titulados que contrata su empresa?

### ANEXO Nº 3

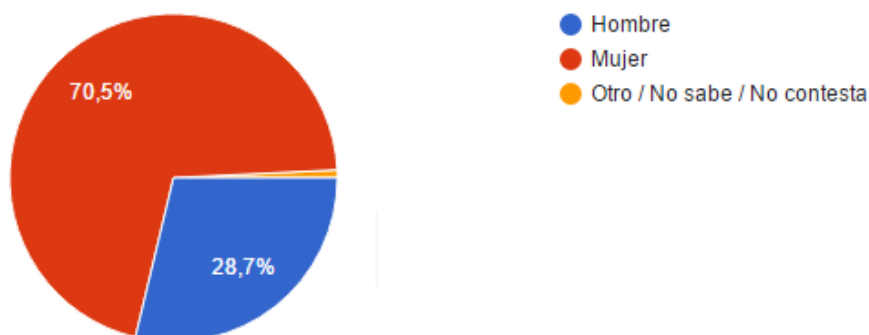
### RESULTADOS DEL CUESTIONARIO PARA EGRESADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN (UCM).

#### 1.- Edad (522 respuestas)



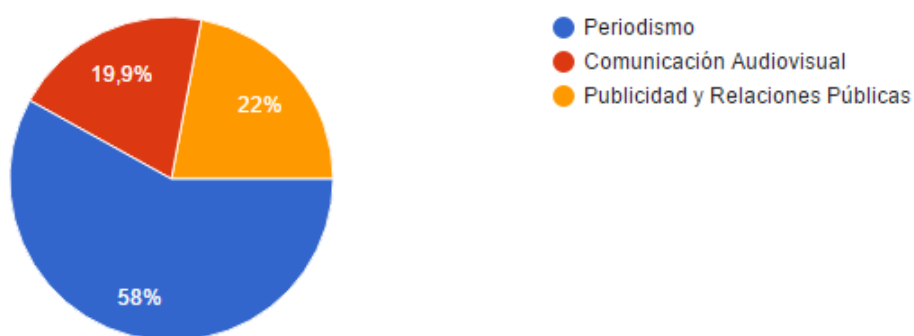
Edad media: 24,4559

#### 2.- Género (522 respuestas)



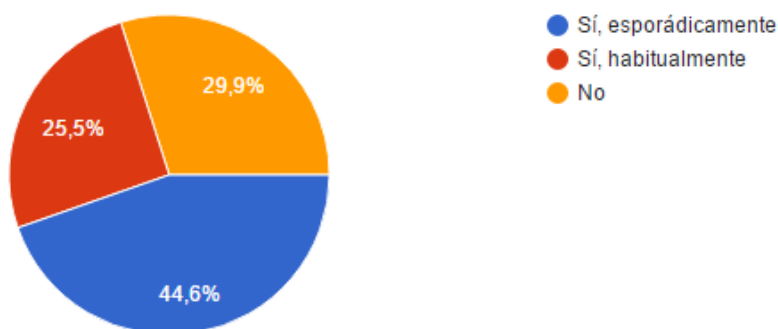
- Hombre: 150 respuestas.
- Mujer: 368 respuestas.
- Otro: 4 respuestas, (0.8%)

### 3.- ¿Qué grado has estudiado? (522 respuestas)



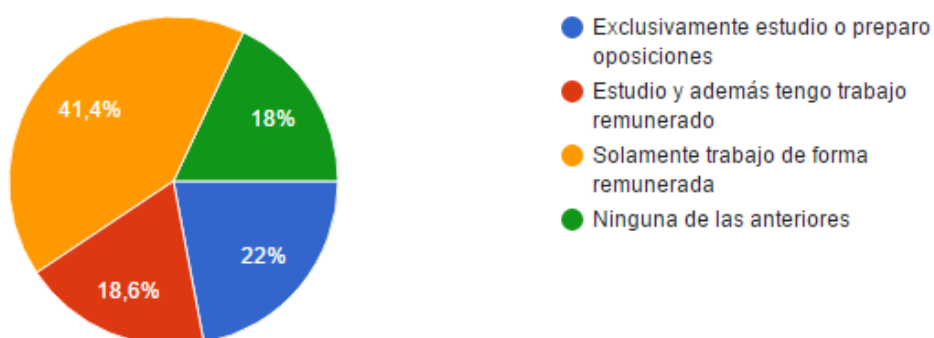
- Periodismo: 303 respuestas.
- Comunicación Audiovisual: 104 respuestas.
- Publicidad y RRPP: 115 respuestas.

### 4.- ¿Trabajaste mientras estudiabas el Grado? (522 respuestas)



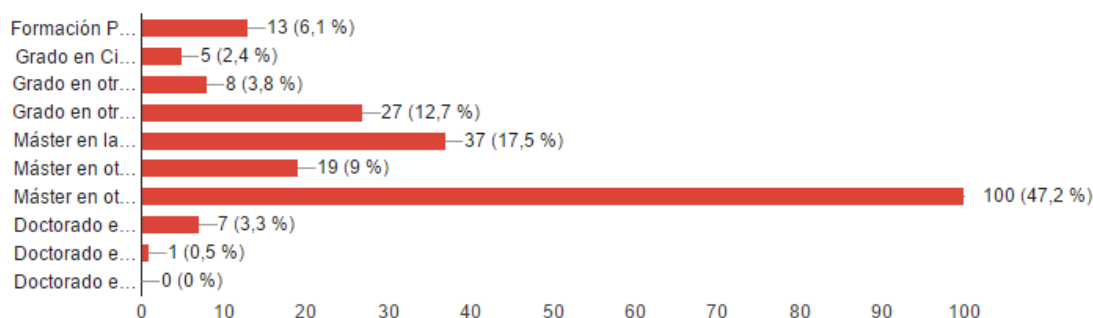
- Sí, esporádicamente: 233 respuestas.
- Sí, habitualmente: 133 respuestas.
- No: 156 respuestas.

### 5.- ¿Cuál es tu ocupación principal actualmente? (522 respuestas)



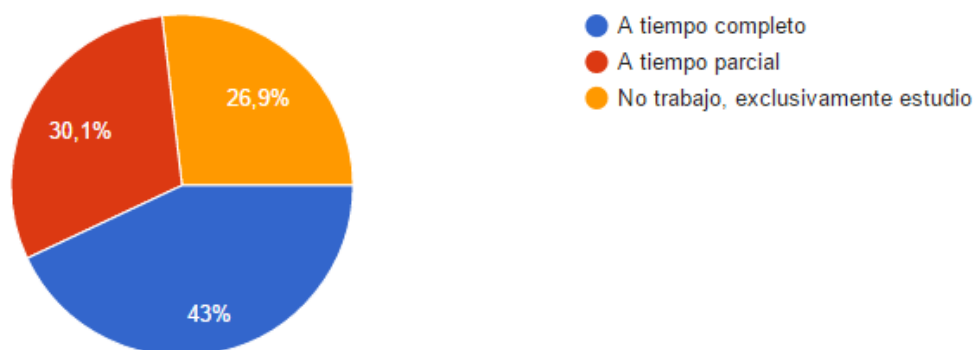
- Exclusivamente estudio o preparo oposiciones: 115 respuestas.
- Estudio y además tengo trabajo remunerado: 97 respuestas.
- Solamente trabajo de forma remunerada: 216 respuestas.
- Ninguna de las anteriores: 94 respuestas.

## 6.- ¿Qué tipo de estudios realizas actualmente? (212 respuestas)



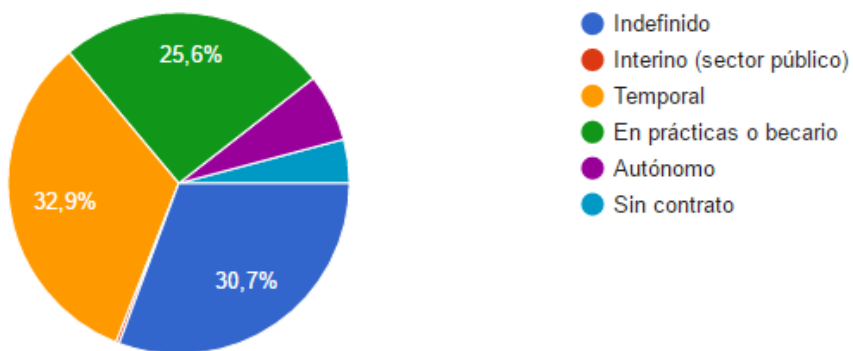
- Formación profesional: 13 respuestas.
- Grado en CCINF-UCM: 5 respuestas.
- Grado en otra facultad de la UCM: 8 respuestas.
- Grado en otra universidad: 27 respuestas.
- Máster en la Fac. CCINF UCM: 37 respuestas.
- Máster en otra facultad de la UCM: 19 respuestas.
- Máster en otra universidad: 100 respuestas.
- Doctorado en la Fac. CCINF UCM: 7 respuestas.
- Doctorado en otra facultad de la UCM: 1 respuestas.
- Doctorado en otra Universidad: 0 respuestas.

## 7.- ¿Tu empleo actual es? (428 respuestas)



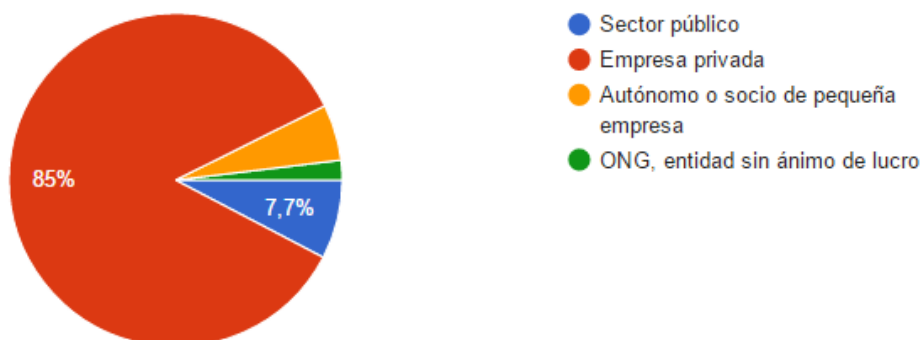
- A tiempo completo: 184 respuestas.
- A tiempo parcial: 129 respuestas.
- No trabajo, exclusivamente estudio: 115 respuestas.

#### 8.- ¿Y el tipo de contrato es? (313 respuestas)



- Indefinido: 96 respuestas.
- Interino (sector público): 1 respuesta, 0.3%.
- Temporal: 103 respuestas.
- En prácticas o becario: 80 respuestas.
- Autónomo: 20 respuestas, 6,4%.
- Sin contrato: 13 respuestas, 4,2%.

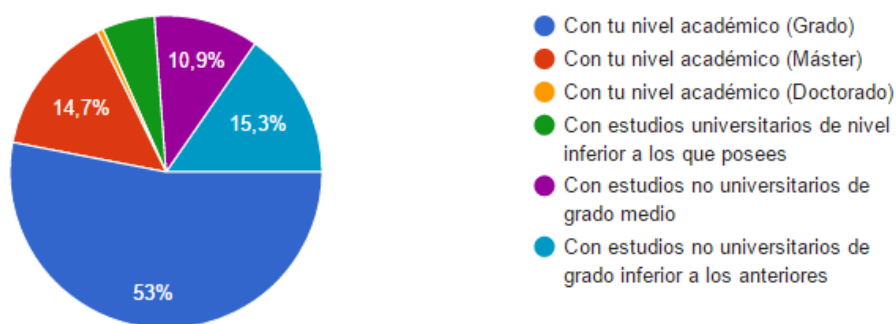
#### 9.- ¿En qué tipo de empresa trabajas hoy? (313 respuestas)



- Sector público: 24 respuestas.
- Empresa privada: 266 respuestas.
- Autónomo o socio de pequeña empresa: 17 respuestas, 5,4%.
- ONG, Entidad sin ánimo de lucro: 6 respuestas. 1,9%.

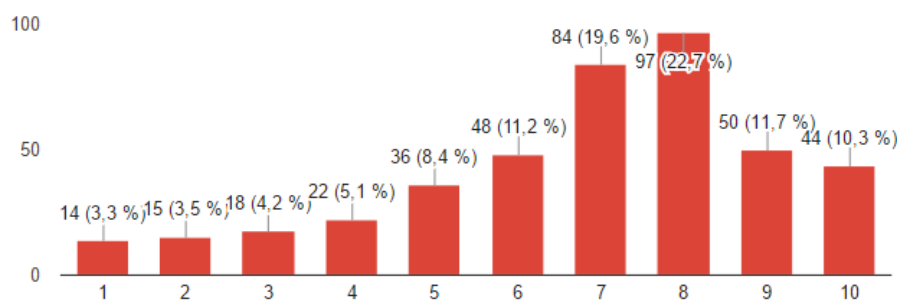


## 10.- Tu puesto actual se corresponde: (313 respuestas)

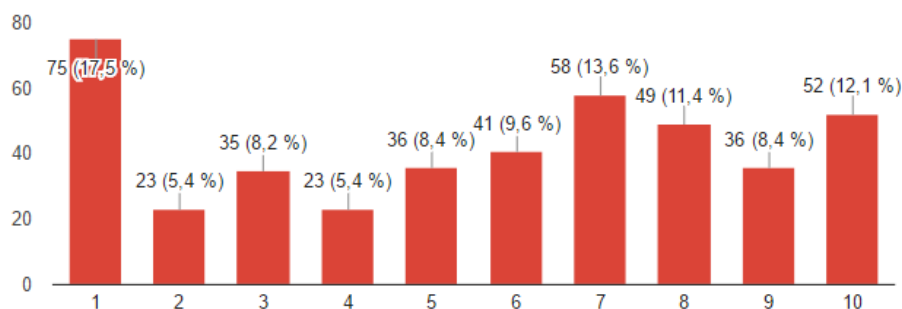


- Con tu nivel académico (Grado): 166 respuestas.
- Con tu nivel académico (Máster): 46 respuestas.
- Con tu nivel académico (Doctorado): 2 respuestas: 0,6%.
- Con estudios universitarios de nivel inferior a los que posees: 17 respuestas. 5,4%.
- Con estudios no universitarios de grado medio: 34 respuestas, 10,9%.
- Con estudios no universitarios de grado inferior a los anteriores: 48 respuestas. 15,3%.

## 11.- Valora el grado de satisfacción que tienes con tu actividad actual del 1 al 10, donde el 1 implica la mínima satisfacción y el 10 la máxima. (428 respuestas)



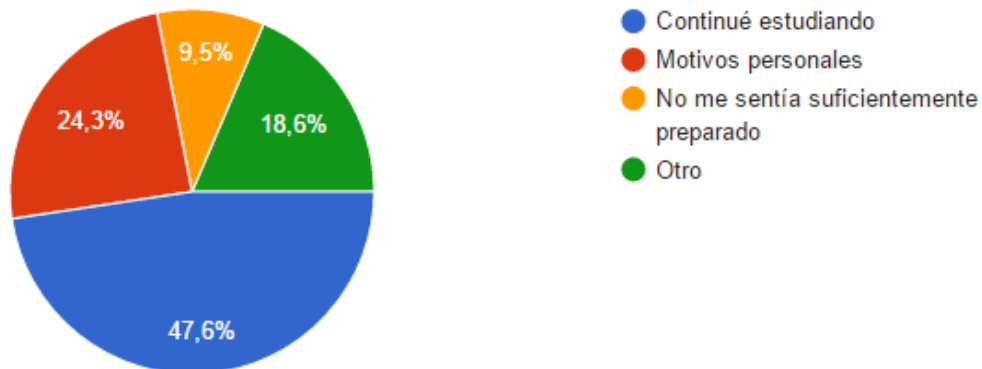
## 12.- Respecto del trabajo o actividad que realizas actualmente, valora de 1 a 10 su relación con los estudios realizados, donde 1 implica la relación mínima y 10 la máxima:(428 respuestas)



**13.- ¿Cuánto tiempo en meses transcurrió desde que finalizaste los estudios y comenzaste a buscar trabajo? Si no buscaste trabajo porque ya trabajabas, o continuaste estudiando, deja esta pregunta en blanco y continúa con la siguiente. (279 respuestas)**

Tiempo medio: 1,867383513 meses.

**14.- Si la búsqueda del trabajo no fue inmediata, señala el motivo. Si en la respuesta anterior señalaste 0, pasa a la siguiente pregunta. (210 respuestas)**



- Continué estudiando: 100 respuestas.
- Motivos personales: 51 respuestas.
- No me sentía suficientemente preparado: 20 respuestas.
- Otro: 39 respuestas.

**15.- ¿Cuánto tiempo, en meses, tardaste en encontrar empleo desde que comenzaste a buscarlo? (437 respuestas)**

Tiempo medio: 8,31979405 meses.

**16.- ¿Cuántos empleos has tenido desde que finalizaste tus estudios hasta la actualidad, incluido el actual? (522 respuestas)**

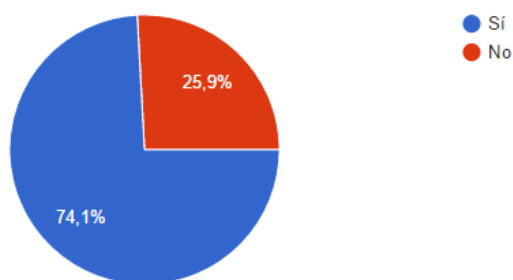
Número de empleos medio por alumno: 1,601532567 empleos incluyendo el actual.

**17.- En relación con la inserción laboral, ¿cómo valoras los estudios realizados en la Facultad? (522 respuestas)**



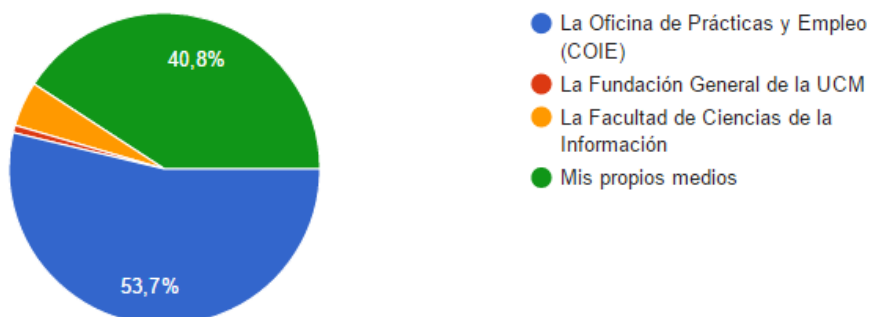
- Fueron necesarios para mi inserción en el mercado laboral: 66 respuestas.
- Me facilitaron bastante la inserción en el mercado laboral: 78 respuestas.
- Me facilitaron la inserción laboral, aunque necesité formación complementaria: 146 respuestas.
- Me han servido poco o nada para insertarme en el mercado laboral: 232 respuestas.

**18.- ¿Realizaste prácticas durante tus estudios de Grado? (522 respuestas)**



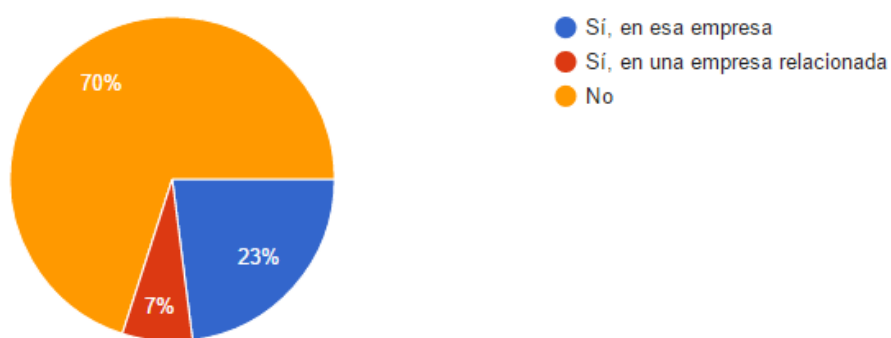
- Sí: 387 respuestas.
- No: 135 respuestas.

**19.- Conseguiste las prácticas a través de:(387 respuestas)**



- La Oficina de Prácticas y Empleo (COIE): 208 respuestas.
- La Fundación General de la UCM: 3 respuestas, 0.8 %.
- La Facultad de Ciencias de la Información: 18 respuestas, 4,7%.
- Mis propios medios: 158 respuestas.

## 20.- ¿Conseguiste empleo a través de ellas? (387 respuestas)

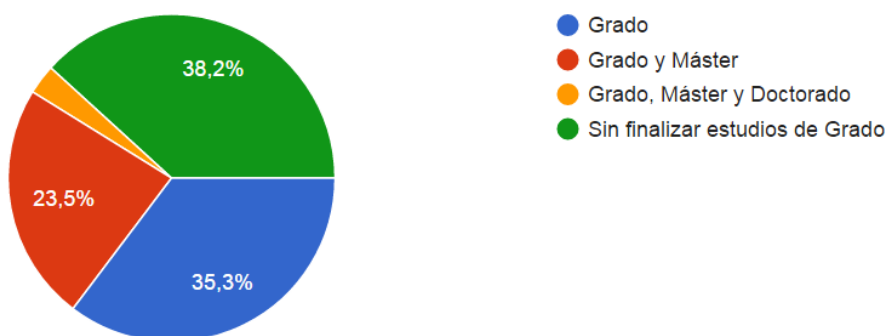


- Sí, en esa empresa: 89 respuestas.
- Sí, en una empresa relacionada: 27 respuestas.
- No: 271 respuestas.

## ANEXO Nº 4

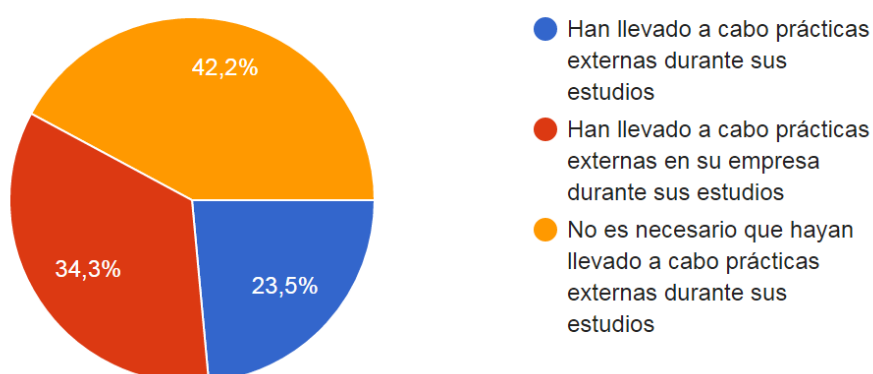
### ENCUESTA EMPLEADORES. (102 RESPUESTAS)

#### 1. Su empresa contrata principalmente personas que hayan finalizado:(102 respuestas)

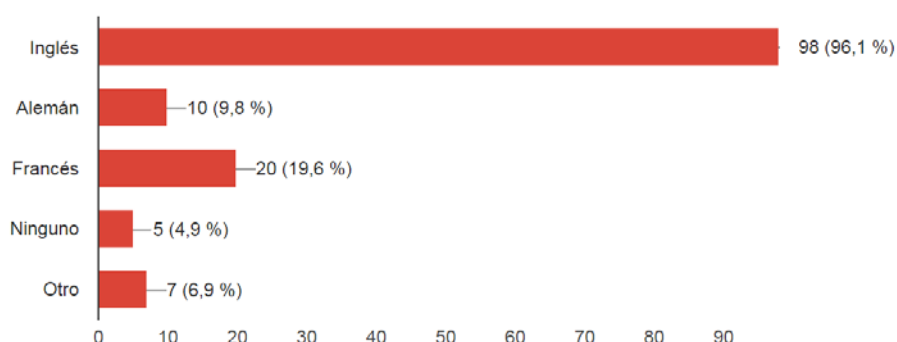


- Grado 35.3%.
- Grado y máster 23.5%.
- Grado, máster y doctorado 2.9%.
- Sin finalizar estudios de grado 38.2%.

## 2. Generalmente, su empresa contrata personas que:(102 respuestas)



## 3. ¿Qué idioma/s valora? Esta pregunta es multirespuesta, puede seleccionar todas aquellas opciones que considere. (102 respuestas)



Otro:

- Catalán 3 respuestas.
- Portugués 1 respuesta.
- Italiano 1 respuesta.
- 2 empresas marcan otro y especifican que no son indispensables.
- 1 empresa especifica que "cualquier otro".

## 4. ¿Qué competencias valora más en la formación de las personas que emplea su empresa? (102 respuestas)

Ortografía, redacción, cultura.
Conocimiento de las técnicas de redacción y voluntad de aprender.
Dinámicas de capacidad de trabajo en grupo, eficacia y optimización del tiempo.
Conocimiento de nuevas tecnologías.
Conocimientos de actualidad política.
Alto nivel de redacción y conocimiento de los géneros periodísticos y de los materiales y herramientas utilizadas en el trabajo de una redacción.

Conocimientos básicos de fotografía y edición web.
Capacidad de pensamiento crítico, organización, inteligencia emocional.
Ortografía, redacción, conocimiento de nuevas tecnologías.
Capacidad para manejar cámaras y otras tecnologías.
Inglés y Excel.
Análisis de información, procesos lógicos de razonamiento, cierta competencia en Microsoft office.
Capacidad para redactar, sintetizar, investigar. Herramientas de investigación spss
Redacción y dicción.
Capacidad de redacción y de expresión escrita, conocimiento del mundo social media.
Comunicación en el ámbito digital y nuevas tecnologías, como social media.
Buena redacción, locución y capacidad de aprendizaje.
Nuevas tecnologías digitales. Redes sociales. Formación en social media.
Redacción periodística.
Social media. Community manager. Manejo de herramientas de medición de audiencias.
Redacción.
Conocimientos en su profesión y en el sector social. Social media.
Conocimientos en marketing digital, comunicación, negocio y empresas, uso de herramientas online para para manejo de programas, conocimientos en programación HTML, program management, gestión de contenidos.
Marketing digital. Redes sociales.
Redacción, capacidad de análisis.
Madurez, conocimiento del entorno y de la profesión, dominio de la lengua hablada y escrita para la profesión de periodista, capacidad de hablar en público, conocimiento de inglés.
Alto nivel de redacción, conocimiento de redes sociales.
La experiencia y los seminarios en los que ha participado. Nivel de inglés. Ortografía. Capacidad para manejar nuevas tecnologías.
Nuevas tecnologías y marketing digital.
Para el departamento de comunicación, conocimientos de diseño gráfico y comunicación corporativa. Para puestos técnicos, especialización en tecnologías.
Ortografía. Nuevas tecnologías digitales.
Redacción, corrección y especialización en turismo activo y carreras populares.
Que tengan iniciativa, activos, y aporten ideas nuevas para que nuestra propia empresa se adapte a los cambios del día a día. Nuevas tecnologías digitales.
Diseño gráfico, infografía, edición de vídeo, redacción periodística.
Tecnologías digitales. Photoshop , premiere pro, final cut, after effects.
Inglés, formación previa en otras empresas. Capacidad para manejar nuevas

tecnologías.
Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en el trabajo. Capacidad de gestión y capacidad de búsqueda de soluciones y alternativas ante imprevistos y problemas. Capacidad de aplicación de contenidos teóricos. Capacidad de desarrollar ideas y aplicar conceptos teóricos.
Destreza en la expresión escrita, habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
Formación continuada. Capacidad para adquirir conocimientos teóricos y aplicarlos.
Conocimiento en nuevas tecnologías digitales y manejo de redes sociales.
Inglés.
Formación y capacidad de manejo de los conocimientos adquiridos. Inglés.
Inglés aplicado al marketing digital.
Inglés. Redes sociales. Nuevas tecnologías. Programas edición fotográfica.
Rigor, disposición, interés, curiosidad, ganas de transmitir/informar/divulgar. Capacidad investigadora.
La capacidad de construir noticias para los diferentes soportes print y on line
Conocimiento en medio ambiente.
Actitud e inteligencia.
Buen comunicador: oratoria, redacción. Imagen.
Buena redacción, capacidad de gestionar el flujo de trabajo, conocimiento de la actualidad.
Inglés- buena redacción y ortografía.
Capacidad de gestión de marca y administrativos. Conocimientos empresariales, ade.
Conocimientos de las herramientas de edición de vídeo y manejo de cámaras.
Nivel alto de ortografía en castellano.
Interés, motivación, que sean resolutivos.
Redacción, ortografía.
Redacción, uso de nuevas tecnologías y canales online.
Capacidad de aprendizaje.
Actitudes comunicativas.
Actitud y responsabilidad.
Resolución de problemas como periodista. Capacidad para redactar y sintetizar.
Disponibilidad y actitud hacia el trabajo.
Alto nivel ortografía castellano.
Ortografía.
Iniciativa propia y creatividad. Idiomas. Manejo de nuevas tecnologías.
Redes sociales y medición de audiencias.
Iniciativa y competencia para redactar.

Son diferentes porque usamos diferentes perfiles. Programación con PHP o conocimiento de redes sociales.
Redacción.
Redes sociales.
La creatividad, la redacción y la gramática, facilidad de palabra.
Criterio periodístico, cultura general, correcta redacción y locución, creatividad, manejo de nuevas tecnologías.
Perfecta ortografía y buena redacción.
Redacción periodística en inglés, edición de video, sentido periodístico, actualidad, iniciativa.
Multimedia e idiomas.
Principalmente valoramos la actitud del periodista a la hora de afrontar el trabajo, siempre y cuando consideremos que está suficientemente preparado para la tarea que se le va a encomendar.
Más que competencias, se valora el interés y las ganas de aprender el nivel de preparación práctica deja mucho que desear.
Escucha activa.
Redacción, capacidad de síntesis, sin faltas de ortografía.
Redacción, nivel de inglés, control del office y paquetes de usuario básicos, capacidad para estar al tanto de la actualidad.
Herramientas informáticas.
Estudios universitarios, otros estudios complementarios. Ofimática.
Redacción, dependen del departamento, manejo de cámaras y herramientas técnicas.
Fotografía, manejo técnico de cámaras y programas de edición.
Informática, Excel, redacción.
Competencias digitales, cada vez se valoran más en sectores como estos, es importante ser competente a nivel digital. Es necesario formadores de calidad que puedan formar en este tipo de competencias.
Idiomas, uso de cámara y redacción, redes sociales, organización y gestión de eventos.
Redacción, nos solemos centrar en la actitud de las personas más que en sus competencias.
Formación en telecomunicaciones, redes sociales.
Soltura en la redacción, formación en relaciones públicas.
Idiomas, formación técnica, redacción, capacidad de síntesis, capacidad de investigación.
Manejo de redes sociales idiomáticas, idiomas, herramientas de edición, montaje de vídeos, Photoshop, herramientas de montaje de vídeos, grabación.
Formación en el sector audiovisual, conocimientos técnicos, fases de la producción en televisión y nueva tecnologías, capacidad de aprendizaje y lenguas extranjeras.



Iniciativa e ilusión.
Redacción. Iniciativa, experiencia.
Capacidad de trabajo, ganas, experiencia y responsabilidad.
Conocimientos en creación de contenido para páginas web, posicionamiento seo
Autonomía.
Conocimientos técnicos renovados, certificaciones google adwords, analytics o en herramientas de seo, sem y marketing digital o similares.
Inglés, idiomas.
Capacidad para manejar programas ofimáticos (Word, Excel), de retoque de imagen (Photoshop) y video (Premiere Pro, Final Cut). Los idiomas son indispensables, y el conocimiento teórico previo.
Competencias digitales.
Conocimientos digitales de las nuevas tecnologías.

**5. ¿Qué habilidades sociales valora más en los titulados que contrata su empresa? (por ejemplo: capacidad de liderazgo, de trabajo en equipo, creatividad, capacidad de adaptación, habilidades negociadoras...) (102 respuestas)**

Responsabilidad, trabajo en equipo, puntualidad, madurez.
Trabajo en equipo y capacidad de adaptación.
Creatividad, capacidad de adaptación a distintas labores y distintos puestos.
Humildad y ganas de aprender.
Compañerismo.
Iniciativa, autonomía, capacidad de multitarea, gestión del tiempo, adaptación a diferentes situaciones y colaboración para el trabajo en equipo.
Capacidad de liderazgo, responsabilidad, iniciativa, creatividad.
Trabajo en equipo, comunicación, creatividad.
Trabajo en equipo.
Trabajo en equipo y creatividad.
Pro actividad, dinamismo y trabajo en equipo.
Trato con el cliente, capacidad de esfuerzo, hambre de aprender, ganas de crecer.
Habilidades negociadoras, capacidad de adaptación, curiosidad.
Disposición y ganas de trabajar y aprender.
Iniciativa, capacidad de trabajo, habilidades comunicativas.
Trabajo en equipo, capacidad de adaptación y creatividad.
Trabajar en equipo.
Trabajo en equipo y creatividad.
Creatividad, responsabilidad.

Adaptación, trabajo en equipo y atención al cliente.
Colaboración y pro actividad.
Disponibilidad para aprender y ganas de trabajar.
Trabajo en equipo bajo presión, cumplimiento de deadlines, pro-actividad, fácil adaptación al cambio, habilidades negociadoras, habilidades de comunicación y escucha, capacidad resolutive, liderazgo, sentido de la responsabilidad y compromiso con su departamento, equipo y empresa.
Disponibilidad. Trabajo en equipo.
Implicación, trabajo en equipo.
Capacidad de adaptación y trabajo en equipo.
Trabajo en equipo, pro actividad, habilidades comunicación.
El compañerismo, la aceptación de críticas y el compromiso con el trabajo.
Trabajo en equipo.
Capacidad de adaptación y buena educación.
Creatividad, iniciativa, acceso a fuentes exclusivas de información, humildad.
Trabajo en equipo, capacidad de adaptación.
Trabajo en equipo, adaptación al entorno de trabajo.
Creatividad, trabajo en equipo, autonomía.
Trabajo en equipo.
Trabajo en equipo y capacidad de adaptación.
Capacidad de trabajo en equipo.
Capacidad de trabajo en equipo y capacidad de adaptación.
Creatividad y capacidad de adaptación.
Capacidad de adaptación y trabajo en equipo.
Creatividad, capacidad de adaptación y habilidades negociadoras.
Creatividad, trabajo en equipo, capacidad de aprender y formarse.
Trabajo en equipo, creatividad.
Liderazgo, creatividad, trabajo en equipo.
Empatía, pro actividad, iniciativa, rigor.
Trabajo en equipo y creatividad.
Habilidades de comunicación en las redes sociales.
Trabajo en equipo, capacidad de adaptación.
Actitud, responsabilidad, implicación en el trabajo, solidaridad.
Pro actividad y responsabilidad.
Capacidad de adaptación.
Capacidad de trabajo en equipo y habilidades negociadoras.
Buena presencia y educación, capacidad de trabajo en equipo y adaptación.

Trabajo en equipo y capacidad de adaptación.
Capacidad de adaptación, buenos comunicadores.
Trabajo en equipo y capacidad de adaptación.
Iniciativa, creatividad, responsabilidad, trabajo en equipo.
Capacidad de aprendizaje e involucración con la misión de la empresa.
Trabajo en equipo, capacidad de adaptación.
Trabajo en equipo y comunicación.
Ninguna.
Capacidad de trabajar en equipo.
Capacidad adaptación, trabajo en equipo.
Trabajo en equipo, adaptación, creatividad.
Trabajo en equipo, dinámico y avisado.
Trabajo en equipo, liderazgo, pro actividad.
Capacidad de relación con las fuentes informativas.
Trabajo en equipo, entusiasmo.
Pro actividad.
Capacidad de adaptación y trabajo en equipo.
La pro actividad, iniciativa y el trabajo en equipo.
Trabajo en equipo, habilidades negociadoras, capacidad de adaptación a los cambios y formación continua.
Capacidad de aprendizaje y de trabajar en grupo.
Iniciativa es fundamental, trabajo en equipo, ser polifacético.
Trabajo en equipo y creatividad.
Por el orden propuesto, destacaría la creatividad, la capacidad de adaptación y su habilidad para saber trabajar en equipo.
Ganas de aprender.
Trabajo en equipo.
Capacidad de trabajo, empeño, rigor por la actividad periodística, iniciativa.
Capacidad de ser proactivo, no estar esperando a que se pida algo, saber adelantarse a las necesidades o a que alguien le pida algo. Ir proponiendo cosas.
Trabajo en equipo, flexibilidad, adaptación al cambio.
Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo.
Capacidad de relación y expresión, espontaneidad.
Creatividad, capacidad de liderazgo.
Trabajo en equipo.
Pro actividad, liderazgo y compañerismo. No se ha de tener miedo a ir más allá. Responsabilidad y riesgo, pero en su punto justo, creatividad.
Capacidad organizativa, liderazgo.

Trabajo en equipo, iniciativa, colaboración.
Capacidad de liderazgo, creatividad, que se sepan desenvolver.
Capacidad de liderazgo, de trabajo en equipo, creatividad, capacidad de adaptación, habilidades negociadoras, comunicación.
Comunicación, comunicación en público, cultura general.
Creatividad.
Trabajo en equipo, agilidad de respuesta, fluidez en la comunicación, capacidad de organización y creación de esquemas claros.
Creatividad, capacidad adaptación.
Trabajo en equipo y creatividad.
Creatividad, iniciativa propia, capacidad de trabajo en equipo.
Capacidad de organización.
Personas organizadas, capacidad de trabajo en equipo y empatía, iniciativa, capacidad de adaptación, habilidades de comunicación escrita (emails, presentaciones e informes) y oral (propuestas, presentación de resultados a clientes o prospectos...)
Capacidad de adaptación, trabajo en equipo.
Capacidad de liderazgo y delegación y confianza en los compañeros. Responsabilidad y sinceridad.
Trabajo en equipo, adaptación al cambio y creatividad
Trabajo en equipo y capacidad de adaptación

**6. ¿Cuáles son los puntos fuertes de la formación de los titulados que contrata su empresa? (102 respuestas)**

Aspectos técnicos.
Actitud y conocimiento.
Sensibilidad con los derechos humanos, idiomas, manejo de redes sociales.
Ninguna.
Redacción.
Alto nivel de redacción, iniciativa.
Conocimientos teóricos.
Conocimiento técnico de su área de formación.
Buena formación práctica.
Conocimiento del sector turístico.
Excel e inglés.
La formación no es realmente útil para los trabajos desempeñados, buscamos perfil periodista pero no realizan labores de periodista al uso.
El perfil de estudiantes de CC de la Información suele ser ágil, curioso, adaptable... Y eso encaja con nuestra forma de trabajar.

Adaptación a nuevos formatos.
Motivación y ganas de aprender.
Creatividad y habilidad digital.
Preparación para hacer radio.
Comunicación.
Capacidad de aprendizaje.
Las asignaturas de marketing.
Aprenden conocimientos.
Conocimiento del sector social y experiencia de voluntariado en el mismo.
Conocimiento del sector digital, herramientas de gestión, program management, alto nivel de inglés.
Experiencia. Formación complementaria (en este caso se valoran las aptitudes económicas de los comunicadores)
Por la coyuntura económica no estamos contratando personal.
Madurez, empatía, seriedad, responsabilidad y conocimiento del entorno y la actualidad.
Nivel inglés y especialización en comunicación, asuntos públicos.
Las ganas de trabajar y demostrar lo aprendido en la carrera.
Que trabajan directamente con el cliente.
Muchas ganas de trabajar.
Depende de cada caso.
Documentación, redacción.
Que entiendan nuestro lenguaje, y no haga falta estar pendientes de ellos porque conocen el sector.
Diseño, vídeo y redacción.
Conocimientos.
Inglés y capacidad de adaptación y trabajo en equipo.
Capacidad de rápido aprendizaje.
Capacidad de trabajo en equipo y capacidad de adaptación.
Carácter empresarial dentro del sector asegurador.
Comunicación y resolución.
Formación en edición multimedia: texto, audio y video.
Difícil de decir.
Organización.
Conocimientos sobre su sector.
Los señalados en la respuesta anterior.
Participan en todos los trabajos periodísticos que habitualmente hace la empresa, por lo que adquieren un conocimiento global de la profesión.

Capacidad de redacción.
Pasión por lo que hacen.
Capacidad de síntesis en la elaboración de noticias y facilidad en la búsqueda de titulares.
Buena redacción.
Predisposición.
Ganas de formarse y conseguir experiencia.
Iniciativa personal.
Entusiasmo.
Conocimiento del medio televisión.
Sobre todo capacidad de trabajo en equipo y que sean responsables.
Trabajo en equipo, iniciativa.
Actitud favorable al aprendizaje y compromiso.
Creatividad.
Tratamiento de la información.
Ninguna.
Sobre todo la capacidad de adaptación y el buen trabajo en equipo.
Ninguno.
Los comentados anteriormente.
Frescura y nuevos conocimientos.
Actitud, pro actividad, capacidad de trabajar en equipo.
Competencia para redactar.
Gran base sobre la que aprender.
Formación teórica.
Idiomas y prácticas previas.
La formación específica.
Buena redacción y locución. Creatividad. Capacidad para buscar fuentes y testimonios periodísticos de interés.
Esfuerzo, capacidad de aprendizaje, buena base general de conocimientos.
Redacción en inglés, capacidad para moverse en información internacional, conocimiento audiovisual, capacidad de reacción frente a noticias de última hora.
Adaptación a nuevos entornos, trabajo en equipo, creatividad.
Ser capaces de realizar "multitareas" en diferentes secciones del periódico y que no tengan carencias en el uso correcto del lenguaje periodístico, tanto sintácticamente como de ortográficamente.
Su ausencia de formación en la mayoría de los casos.
Habilidades comunicativas.
Conocimiento de las últimas tecnologías.

Habilidades de comunicación, buena redacción y expresión.
Rigor.
Base amplia de conocimientos.
No se detecta ninguno especialmente. Los conocimientos están, solo hay que desarrollarlos y aplicarlos.
Ganas de trabajar y creatividad.
Formación técnica.
Difíciles de encontrar.
Buena preparación técnica y práctica. Amplitud de conocimientos.
Actitud y ganas, fresca.
Formación técnica.
Actitud.
Formación teórica.
La gente se ha buscado mucho la vida durante la carrera para hacer cosas, tiene formación previa que ha adquirido por su capacidad para buscarse la vida y de forma autodidacta.
Formación en el sector audiovisual, idiomas y experiencia previa por prácticas o contratos en otras empresas del sector.
Conocimiento actualidad, conocimiento del medio.
Idiomas.
Facilidad para la creación de contenidos.
Conocimientos teóricos.
Buenos comunicadores, empáticos, convencidos y con buenos conocimientos técnicos.
Dinamismo y actitud.
Base teórica que saben desarrollar. Conocimiento de la profesión a un nivel teórico.
Herramientas informáticas.
Conocimientos actualizados.

## 7. ¿qué carencias detecta en la formación de los titulados que contrata su empresa?

Verdadero conocimiento de los medios de comunicación. Mucha teoría y poca práctica.
En general, la falta de conocimientos y de conocimiento de la profesión.
Seguridad en sí mismos y en sus capacidades.
Redacción. Capacidad de síntesis. Poco dominio en tareas relacionadas con documentación y obtención de fuentes.
Conocimientos de actualidad, redacción y dicción.

Bajo nivel de inglés y de internet y mínimos conocimientos del funcionamiento de un diario digital y de la profesión en general.
Conocimientos prácticos.
Habilidades sociales.
Falta de formación práctica.
Inglés. Problemas para trasladar los conocimientos adquiridos durante su formación a otro idioma.
Inglés.
Debido a la estructura de los grados, los alumnos vienen con una baja predisposición a realizar trabajos de envergadura, están acostumbrados a que un profesor les atomice el trabajo. Notamos también una gran falta de hambre para atacar al mercado laboral y hacer algo diferente. Generalmente es gente que viene de paso.
No se trabaja mucho sobre producción de informativos de televisión, y esa carencia se nota en los alumnos.
Redactan muy mal.
Cultura general.
Falta de formación digital. Fundamental para la evolución en el entorno de la información y comunicación.
Eliminar el miedo al directo en radio.
Idiomas, inglés.
Bajo nivel de tareas básicas para las que se supone están formadas.
No se les enseña nada de digital. Los temarios están desfasados.
Falta de experiencia.
Deberían ser más proactivos y con más rigor en el trabajo que realizan.
Nivel de inglés y program management skills.
Desorientación.
Capacidad de análisis.
Realidad práctica.
Nivel de redacción.
El inglés, las faltas de ortografía y edición de videos.
Si no cobran mucho deciden no venir a realizar las prácticas.
Hasta ahora sólo hemos tenido a una persona en prácticas y observamos una falta de interés y compromiso grande.
Inglés. Faltas de ortografía.
Especialización.
Práctica de trabajo.
Mayor dominio de programas de diseño.
Prácticas, idiomas, faltas de ortografía.



Muchos ya se creen que van hacer el trabajo de los presidentes.
Experiencia profesional durante sus estudios, falta de compromiso y de responsabilidad, escasas ganas de aprendizaje.
Serías dificultades en la expresión escrita.
Actualización de contenidos.
Falta de experiencia, ortografía.
Falta de conocimientos del deporte en general.
Que son millennials y no ven que el sacrificio y esfuerzo es la meta del éxito. Ese chip no lo traen casi nunca. (esto no tiene nada que ver con hacer horas extra, que no lo compartimos)
Poca experiencia, pocas prácticas.
Falta de responsabilidad y de puesta en práctica de sus conocimientos.
Falta de especialización en temas que requieren un conocimiento suficiente, para evitar informar sobre obviedades a un colectivo conocedor de la materia.
Nivel de inglés manifiestamente mejorable, poca competencia audiovisual.
Ortografía.
Inglés.
Redacción y oratoria.
Conocimiento real del día a día en un periódico, gestión de agencias, maquetación...
Conocimientos prácticos.
Falta de compromiso, responsabilidad y poco entusiasmo.
Conocimiento y manejo de cámaras y programas de edición de vídeo.
Nivel bajo de ortografía en castellano.
Flojea un poco en las habilidades comunicativas.
Muchas veces creen que van hacer el trabajo de un presidente.
Redacción, medios online y responsabilidad.
Falta de compromiso.
Experiencia.
Experiencia profesional y comunicación.
Están de espaldas a la actualidad, especialmente de las noticias de periódicos.
Inglés, ortografía.
La ortografía y la redacción en castellano son muy pobres.
Tienen menores capacidades que personas que estudiaban en años anteriores.
Falta de experiencia laboral pero es normal.
Poca iniciativa.
Falta de ilusión profesional.
Falta de formación específica.

Nuevas tecnologías.
De momento bien.
La formación práctica añadida a los estudios.
Cultura general.
Creatividad e iniciativa relativa, así como escasos conocimientos de medios tecnológicos, cosas que se pueden aprender sin problemas.
Iniciativa.
Ortografía.
Los titulados de nuevo cuño, sin generalizar, han leído poca prensa, no están familiarizados con el uso del lenguaje, hay faltas de ortografía y parecen un tanto abrumados a la hora de buscar información. Falta iniciativa.
No les enseñan el oficio y no se cuida la formación de base en cuestiones elementales.
Aceptación de críticas.
Falta de ortografía, falta de conocimiento del sector laboral, relación entre docencia y empresa.
Poca formación en temas de economía y empresariales.
Faltas de ortografía.
Falta de experiencia y práctica.
No se detecta ninguna especialmente, por lo general estamos contentos con los alumnos de ccinf. Necesidad, en todo caso, de desarrollar la formación que tienen.
Inglés.
Formación teórica, faltas de ortografía.
Falta de preparación en competencias digitales.
Inglés, formación en idiomas.
Parte práctica. La universidad da la teoría pero están muy perdidos a la hora de aplicar los conocimientos.
Idiomas, inglés.
Idiomas, timidez, falta de interés por el puesto y capacidad para preguntar, falta de formación en idiomas.
Idiomas y capacidad de comunicarse eficazmente. Redacción y faltas de ortografía.
Falta de conocimiento de idiomas, falta de experiencia laboral.
Falta de ilusión e implicación, desconocimiento de cuestiones básicas no solo en el sector audiovisual.
Desconocimiento actualidad, excesiva dependencia de las redes.
Falta de recursos en algunas ocasiones y escasa experiencia profesional.
Formación poco orientada al mundo de internet.
Trabajo práctico y autónomo.
Miedo a hablar con clientes, timidez.

Experiencia.
Los titulados tienen el conocimiento pero tienen un serio problema con los idiomas. Ej. Controlan el inglés pero no los conocimientos teóricos que tienen en inglés, gap de idioma. Falta de control de las herramientas con las que se trabaja en el sector audiovisual y publicitario, especialmente en aquellas de medición y seguimiento de audiencias.
Formación digital.
Falta de conocimientos prácticos, inglés, ortografía.